n.º 30

Nuevo horizonte de la información

Colección "Nuevo Horizonte"

NUEVO HORIZONTE DE LA INFORMACION

Sistemas de comunicación social

EDICIONES DEL MOVIMIENTO
Colección "Nuevo Horizonte"
Gaztambide, 59 - Madrid

Depósito legal: M. 13.881 - 1962

GRAFICAS ZAGOR - Sorgo, 53 - Teléfono 234 32 87 - MADRID-20

INTRODUCCION

Nos encontramos los españoles en un momento importante y difícil de nuestra trayectoria histórica. En trance de crecimiento, y apoyados en la base que el trabajo de los pasados lustros nos proporciona, intentamos ahora lanzarnos hacia una meta sugestiva, a la que se ha dado nombre y aire: el desarrollo nacional.

El desarrollo nacional no es tan sólo un propósito económico, sino un propósito total. En resumidas cuentas, consiste en perfeccionar nuestra sociedad, en ganar un nuevo grado en esa escala de mejora en que se inserta, dinámicamente, la comunidad humana. El desarrollo consiste en pasar de lo peor a lo mejor, de lo menos a lo más, del orden imperfecto al orden perfecto, de la anarquía a la organización y del "debe" al "haber". No es, por tanto, ejercicio que termine en un instante concreto, sino empeño de progreso, de camino hacia la ideal convivencia; San Agustín diría que este desarrollo es la apetencia de una "ciudad de Dios".

Del afán de desarrollo se impregna el ámbito todo de la vida nacional: queremos acrecer nuestra

industria, pero también nuestra capacidad deportiva; nuestra cultura, pero también nuestros cines de barrio; nuestra ciencia, pero también los casinos de nuestros pueblos. A lo largo y a lo ancho y a lo hondo de la figura española, pretendemos no dejar una sola piedra por remover y remozar.

Pero esta labor exige un supuesto esencial: la participación activa de todos. Sin esta participación, que no puede estar condicionada por ningún tipo de trabas mínimas, la tarea de desarrollo es, sencillamente, imposible. Pudo darse el fenómeno de la "ilustración", como trabajo para el pueblo sin la participación del pueblo, en otras épocas de la historia humana, cuando las sociedades, en un estado inferior de su desarrollo, carecían colectivamente de instrumentos, de conciencia colectiva, y cuando los fines perseguidos podían enunciarse en un breve y concreto decálogo. Pero hoy no ocurren así las cosas. Los deseos sociales son inmensos, absolutos, ilimitados, y sólo con una decidida acción universal puede pretenderse su alcance. En eso, precisamente, consiste la democracia, y no en una serie de enunciados teóricos sin contenido o sin plasmación práctica. Esto es cierto en el mundo, y especialmente cierto en España, que vive hoy una coyuntura de las que no se repiten demasiado en la historia de ningún pueblo.

Para conseguir esta participación del pueblo en las batallas por el desarrollo español, que ya han dado comienzo, es, por tanto, previo a cualquier otra gestión hacer que el pueblo esté, física y espiritualmente, viviendo sus propios problemas. La comunidad debe conocer sus propósitos y sus medios: debe estar informada. Se trata de establecer tupidas redes de comunicación social que sirvan para derribar obstáculos, abrir cauces y dar

oportunidad para la impulsión de acciones simultáneas y paralelas que tiendan a las mismas metas.

El propósito de este cuaderno de la colección "Nuevo Horizonte" es, precisamente, este: punzar las realidades de la comunicación popular, y extraer las ideas y los procedimientos que, en el campo de la información y la comunicación sociales, han de servir a lo que, en definitiva, constituye la finalidad esencial de la educación política: orientar y concertar, sin rutinas ineficaces o estériles estridencias, la opinión pública en torno a la marcha de las actividades colectivas. Para que no se configure como freno de la marcha hacia el desarrollo, sino como motor fundamental de este desarrollo.

Es tema importante y muy urgente, que de manera rigurosa fluye de la doctrina del Movimiento Nacional, cauce de una auténtica participación del pueblo en las tareas que le afectan, y de la comprensión total, por parte de tal pueblo, del proceso social en que está implicado, al mismo tiempo como gestor que como objeto. La grandeza de la democracia es precisamente esta: hacer al pueblo conocedor de sí mismo.

LOS PROPOSITOS NACIONALES

Hay cosas que los pueblos desean de una manera espontánea, natural, inevitable y valiente. Así desean los pueblos sanos, por ejemplo, su independencia y su dignidad. Así también, su riqueza, su bienestar. Pero estos deseos populares son generales, inconcretos, y actúan fundamentalmente como sustento espiritual de la propuesta tarea de conseguir esas cosas con cabeza. Ortega decía que una generación es, fundamentalmente, un grupo humano compuesto de mayorías que desean y minorías que disciernen. Un pueblo es algo parecido. Está formado por una gran mayoría de unánime corazón y de un grupo rector cuya rectoría está en función directa de su raigambre popular. El Estado es el ejecutor de las aspiraciones populares, si es un Estado justo.

El párrafo anterior es válido para cualquier pueblo y cualquier Estado, También, por ende, es válido para España. Pero en nuestra Patria se dan, además, algunas circunstancias especiales. Somos un país escasamente dotado de bienes materiales, en primer lugar porque no hemos tenido una Natura-

leza pródiga y, en segundo lugar porque hemos perdido el tiempo durante casi dos siglos, sin corregir la injusticia y sin poner a punto nuestras posibilidades. La revolución que comenzó en 1936 vino para poner en orden estas cosas, y, sobre todo (esto es muy importante), para mostrar a los españoles, a través del Movimiento Nacional, qué cosas eran deseables y habían sido olvidadas. Ahora sabemos exactamente lo que queremos. Tenemos propósitos concretos y difíciles: un propósito económico, de cuya consecución depende el que nuestros hijos satisfagan sus necesidades materiales ampliamente y se encuentren cómodos en una sociedad en la que el bienestar es alcanzable. Un propósito social, paralelo al primero y engranado con él, para que las situaciones de privilegio no se repitan, y para que cada uno de nuestros compatriotas viva con la dignidad que le corresponde por su humana condición. Un propósito cultural, que nos fuerza a trabajar sin desmayos para conseguir que la gracia y el talento de la estirpe ibérica se encuentre en posesión de instrumentos intelectuales suficientes. Un propósito político, para mantener la conciencia de España firme y bien dispuesta. Un propósito espiritual, para sabernos siempre destinados a cosas mejores que las que el mundo puede darnos, y religados verticalmente con un principio superior y justo. Estos son los propósitos nacionales, para conseguir los cuales no nos basta con una minoría de economistas, de ingenieros, de maestros y de hombres políticos, sino que también, y de manera imprescindible, necesitamos una inmensa mayoría de españoles que sepan por dónde andan, qué es lo que pretenden y cómo van a arreglárselas para conseguirlo.

Este es un problema de comunicación. Decía

Ghandi que "lo primero que ha de tener un pueblo para ser verdaderamente pueblo, es oportunidad abierta para que los ciudadanos se conozcan". En una comunidad incomunicada —y perdón por el juego paradójico de palabras— ocurren por lo menos dos cosas negativas: primera, que se produce una ruptura entre el rector y el regido, por la cual, ni el regido consigue lo que desea, ni el rector sabe cuáles son los deseos del regido; segunda, que se crean bolsas diminutas, especies de orgánulos sociales encerrados en sí mismos, sin posibilidad de que tenga lugar entre cada uno de ellos y el vecino el tránsito de los valores positivos. Físicamente, por falta de medios de transporte, la Edad Media fue, sobre todo, una época en que los hombres no se conocían entre sí: por eso —y esto fue bueno— dialogaron tanto con Dios, pero, como contrapartida negativa, se sintieron solos y aterrorizados, descuidaron la justicia y permitieron el nacimiento de las tiranías feudales. El mundo se movió poco, y cuando se movió, lo hizo al impulso de voluntades individuales, poderosas, que no siempre, empero, fueron justas.

Sin embargo, ahora el mundo se mueve al impulso de voluntades colectivas. Ha sido, en primer lugar, el perfeccionamiento de las técnicas de comunicación e información, y, en segundo lugar, el nacimiento de la conciencia democrática a través de la industria, lo que ha motivado la emocionante transfiguración universal.

En el marco español, por tanto, la consecución de los propósitos nacionales debe comenzar por el conocimiento de estos propósitos, y con el intercambio ágil y fecundo de ideas entre todos los núcleos de la sociedad. Esta es una competencia de la información, que así deviene, por el momento, en una

gestión entre las más claramente comprometidas y necesarias. Parece importante que determinemos algunas ideas en torno a los medios y los fines de la información y de la comunicación populares, y a esto dedicaremos los artículos sucesivos.

NECESIDAD SOCIAL DE LA INFORMACION

La información y la comunicación constituyen hoy elementos fundamentales de la sociedad, y de su adecuada ordenación y de su eficaz ejercicio depende, en primer lugar, la puesta a punto de los ciudadanos en orden a la incisión activa en los problemas que les atañen, y, en segundo lugar, la existencia de un orden democrático fundamental. Lo primero que se necesita para tener una sociedad activa y positiva es que ésta esté en posesión de todos los datos relativos a su situación particular, en todos los órdenes, y de los relativos a la marcha del mundo; marcha en la cual su propia ubicación histórica, física y espiritual está comprometida.

Pero de muy poco serviría contar con medios y sistemas de información de primera categoría, y con un sentido ideológico bien nutrido y firmemente servido, si el material informativo, si los hechos, si las noticias, no fuesen considerados por la propia sociedad como bien deseable. Se hace necesario, pues, antes que nada, incitar a la sociedad a exigir el conocimiento de las cosas, de la misma manera que ya exige, en otros órdenes, la pose-

sión de bienes económicos o culturales. También la información es un bien social. Por tanto, no susceptible de ser reservado para unos pocos privilegiados, en perjuicio de una mayoría que no puede acceder, por los motivos que sean, a los lugares donde se informa.

En cierto modo, la información, la más neta y objetiva información, es un aspecto nuevo de la educación. Una sociedad informada en lo relativo a la actualidad es una sociedad difícil de engañar; conoce cosas, está en el meollo de las cuestiones más dispares y tiene una palabra que decir en contrapunto de cada suceso. Es por eso que, tanto en profundidad como en extensión, la información debe ser absoluta, para ser verdaderamente social.

Pero, en seguida, y en lo que respecta a España, advertimos dos problemas importantes: en primer lugar, que no existen todavía medios materiales suficientes para atender las necesidades informativas del país. Si exceptuamos las grandes ciudades, y algunas comarcas especialmente favorecidas, en España quedan aún muchos y amplios grupos sociales que sólo acceden a las noticias difícilmente, con retraso y sin garantías. Para la prensa, que fue el más importante instrumento informativo hasta hace unos años, es imposible cubrir geográficamente la necesidad nacional de información. Tendrían que editarse periódicos de cierta categoría técnica en zonas rurales apartadas de los centros nacionales de gravedad, y fomentar la prensa local. Esta sería labor muy larga, poco rentable y muy difícil de llevar a cabo perfectamente. Parece que la radio —hoy el órgano informativo más desarrollado cuantitativamente en España— y la televisión—que crece día a día, pero que aún no ha superado ciertas dificultades de tipo técni-

co—son los instrumentos informativos más capaces de servir a una labor difusora de gran extensión física.

El Estado ya se ocupa decididamente de la extensión de estos instrumentos. Pero en lo que respecta a la radio, la capacidad de las cadenas radiofónicas privadas es superior, cuantitativamente, a la de las emisoras oficiales. Parece oportuno, pues, que estas emisoras privadas colaboren en las tareas sociales, a fin de que a su través lleguen a todos los hogares españoles impactos informativos nutridos, bien concebidos y honestamente integrados en la total gestión informativa nacional.

Queda, por último, lo más importante: suscitar la curiosidad del pueblo; hacer que reclame su derecho a informarse. Esta es una labor educativa. Desde la escuela primaria, el ciudadano debe saber valorar la importancia de la información. No estaría de más, incluso, que se insertase en los programas docentes, sobre todo en la Enseñanza Media, alguna disciplina especial dedicada a formar una **conciencia informativa** profunda que sirviese de cimiento a la exigencia social de conocer su entorno histórico. La labor debería continuarse por todos los medios, con cuidadosa atención en el nivel universitario, y, en general, en todos los campos sociales y culturales del país. Lo primero que se necesita para contar con una sociedad bien informada es que desee ella misma informarse. Es una labor difícil, pero irrenunciable si se quieren hacer las cosas en serio.

LA COMUNICACION HORIZONTAL

Se estudia en el marco de la moderna organización de empresas, entre otras cosas interesantes que son aplicables a la cosa pública, la técnica de la comunicación interior. Una nación es, exactamente, una empresa colectiva, y por eso, estas formas de comunicación empresarial se nos antojan verdaderamente sugestivas a la hora de planificar una acción informativa de dimensiones nacionales.

La comunicación tiene, en primer lugar, una manifestación horizontal: es necesario que los hombres se conozcan entre sí, como los jugadores de un mismo equipo, y no sólo que conozcan su figura física—con ser esto algo que los españoles no hemos conseguido aún del todo—, sino que tengan conciencia de los problemas que atañen al prójimo, que sepan en qué relación están con los suyos propios, y que sean capaces de proyectar acciones comunes para enfrentarse con esos problemas. El ejemplo del equipo de futbol nos parece eficaz. Hay una táctica nacional única sobre las diferencias de estilo o sobre la especial función que desempeña cada ciudadano, como hay una táctica única sobre la diferente habilidad de cada jugador o

sobre el hecho de que uno juegue de portero y otro de extremo izquierdo. Lo que España quiere hacer ahora es marcar un gol histórico, y para ello es fundamental que los españoles nos conozcamos totalmente.

Las empresas industriales y comerciales que están en su tiempo resuelven este problema de la comunicación horizontal por diversos medios. Hay uno elemental, que es el diálogo. El diálogo frecuentemente nace en el taller, pero otras veces en la cantina o en el campo de deportes. El gran diálogo nacional surge también en los lugares donde la espontaneidad reúne a los hombres, lo mismo en torno a un espectáculo que en torno a las decisiones de un Consejo de Ministros. Hay muchos caminos que llevan al ágora, a la tribuna abierta, al turno de voluntarios. Todos los medios informativos de que dispone la sociedad moderna—la radio, la prensa, la televisión y el cine, fundamentalmente—sirven, o deben servir, no sólo a la necesidad de educar a los ciudadanos en función de valores culturales objetivos, sino también a la necesidad de que los ciudadanos se conozcan entre sí. Existe en una emisora española de radio un programa diario que tiene un título singularmente acertado: "Conozca a sus vecinos". Todo el mundo lo ha oído alguna vez. El lema de este programa radiofónico debiera ser un lema nacional. Conocer a nuestros vecinos, que cada vez han de ser más y en ámbitos más extensos, y tener, en todo lugar y momento, abierto el cauce para colaborar con ellos en lo que merezca la pena, es cosa que, en verdad, necesitamos.

Otro medio de comunicación horizontal, y muy de nuestro tiempo, es el turismo. Los españoles viajamos poco por España, y esto es cosa que se ad-

vierte no sólo entre aquellos que no disponen de facilidades para trasladarse, sino incluso entre los que tienen esas facilidades de manera sobrada. En los últimos años, gracias a la iniciativa de la Organización Sindical sobre todo, se ha hecho mucho a este respecto, como se ha hecho mucho—en proporción, y según las estadísticas, más que en todos los países de Europa occidental—a través de la Organización Juvenil y su red de campamentos, y del Sindicato Español Universitario, con sus albergues, cursos de verano, oficinas de viajes y excursiones colectivas. Un soldado que vuelve a su pueblo manchego después de haber servido en un regimiento de Cazadores de los Pirineos, trae en su corazón y en su cabeza, junto a la evidencia hermosa del paisaje nuevo, el conocimiento de otros hombres de los que es hermano, y con cuyos problemas se siente ya preocupado.

Este asunto es muy importante. Necesitamos conocer totalmente España y a los españoles. El día en que un labrador extremeño comprenda las dificultades, afanes y esfuerzos que rodean la vida de un, por ejemplo, minero asturiano o un tejedor catalán, y a la inversa—entrelazando a este tenor los hombres de todas las regiones y tierras de España—, proyectar soluciones comunes será mucho más sencillo.

Pero esta comunicación horizontal, tan necesaria, no es suficiente. Para que el diálogo sociedad-Estado tenga lugar con garantías de eficacia debe existir, desde luego, esta previa unificación horizontal de ideas. Luego debe iniciarse el diálogo vertical, que tiene, naturalmente, dos direcciones: de arriba abajo y de abajo arriba. Veremos en el próximo artículo estas dos formas de comunicación.

LA COMUNICACION VERTICAL

En el fondo, la política no es sino el arte de poner en comunicación al pueblo con el Gobierno. En este sentido, la actividad política es fundamentalmente una tarea informativa de enormes dimensiones. Como dijimos en artículos anteriores, la política del silencio, del aislamiento, de la no-comunicación pudo darse en otras épocas de la Historia humana, que no contaban con una sociedad desarrollada. Esta técnica sería ahora no sólo inactual, sino equivocada. La inflación de la burocracia, que se da, por ejemplo, en el Estado marxista-leninista, produce como efecto primero la conversión de todos los hechos sociales, cualquiera que sea su importancia objetiva, en secretos administrativos. Lo contrario a la comunicación Estado-sociedad es el archivo oficial, que llena del suelo al techo las grandes naves del Kremlin.

La democracia existe cuando el diálogo de arriba abajo y a la inversa fluye con naturalidad: cuando existen medios adecuados de comunicación vertical. El más importante de estos medios, desde luego, es la representación del pueblo en los órganos políticos, por un cauce armónico y espontáneo. Pero no es el único medio, y si no está de acuerdo la actividad informativa general con la eficacia re-

presentativa, de poco vale ésta en orden a una verdadera democracia.

Hay temas que el Estado conoce antes que el pueblo, sencillamente, porque su instrumental informativo es más preciso y está especialmente dedicado a la búsqueda de cuestiones. De estos temas surge la comunicación vertical en sentido descendente. Los medios tradicionales de comunicación en este sentido—el discurso, la asamblea pública, la decisión de autoridad, etc.—siguen siendo válidos en nuestro tiempo. Pero lo cierto es que la complejidad de la sociedad moderna y su amplitud cuantitativa exige la aplicación de otros medios informativos, que no sólo son, por ejemplo, la prensa, la radio, la televisión y el cine, sino también las reuniones parciales, la presencia física, las publicaciones editoriales, los frecuentes desplazamientos, las oficinas de información, los servicios postales y telegráficos, etc. El Estado moderno tiene necesidad de ponerse en contacto con el pueblo para comunicarle sus informaciones o sus proyectos, de manera que, en este sentido, no se produzca nunca una ruptura entre la decisión ejecutiva y la sociedad.

Pero esta ruptura puede darse—y de hecho se da—cuando la comunicación vertical en sentido ascendente no tiene lugar, o tiene lugar de una manera incompleta o imperfecta. Porque los temas graves de la convivencia nacional surgen espontáneamente de esta misma convivencia: es el pueblo el que primero los advierte, los conoce, los siente y los expresa. Entonces se hace necesario el cauce informativo ascendente. Los órganos de información no sirven al monólogo: no están ahí para que de ellos haga un grupo social uso monopolístico, sino

para que, a su través, todos los ciudadanos, individual y solidariamente, hagan oir su voz.

Pero esto plantea inmediatamente un problema técnico. La comunicación vertical descendente, de arriba abajo, parte de una voluntad única y concreta: de la voluntad del Estado. Esta unidad facilita el ejercicio informativo. Pero integrar la voz del pueblo, de manera que sea una sola y unánime expresión, es más difícil. Se hacen necesarios cauces parciales, escalonados—siempre volvemos a lo mismo: los pueblos, las regiones...—, en los cuales tenga lugar espontáneamente el diálogo, y de allí vaya ascendiendo hasta el supremo nivel de la gestión pública.

Parece que ya vamos teniendo algunas ideas. Comunicación horizontal, para que todos nos conozcamos física y espiritualmente, en primera instancia. Comunicación vertical descendente, en segunda instancia, para que en todo momento la sociedad conozca el resultado y el propósito de la acción gubernativa. Comunicación vertical ascendente, para que la voluntad popular encuentre camino y ocasión de convertirse en hecho. Este triple sistema convierte la nación en un lugar lleno y realmente habitado, bien entrenado para las acciones comunes y conocedor de su situación y de los resultados de su esfuerzo. Pero no es esto todo. Para que esta red de comunicación nacional sea eficaz debe contar también con una estructura objetiva y técnica adecuada, constantemente justificada por fines morales y sociales de servicio al bien común.

LOS MEDIOS DE INFORMACION

Ya hemos visto cómo en la sociedad moderna que no quiere sacrificar su eficacia, los sistemas de información y comunicación sirven de cauce al diálogo Estado-sociedad y garantizan el ejercicio cotidiano de la convivencia. Pero para que estos sistemas sean capaces de servir con rigor a su tarea es necesario que estén estructurados, en primera instancia, sobre supuestos técnicos elementales de cierta categoría. En España, desde 1939, se ha llevado a cabo una importante labor en este sentido. En plazos breves y nada cómodos, la red de comunicaciones del país se ha ido haciendo compacta y extensa. No en número suficiente, pero sí en número aceptable y prometedor, los órganos de prensa, las emisoras de radio y la televisión cubren un elevado tanto por cierto de las tierras españolas y llevan la noticia hasta la intimidad de los hogares.

Pero esta red de información y comunicación es mejorable. Hay una serie de aspectos de la información que en España no han sido suficientemente desarrollados. En el campo de la información cultural o en la ilustración comprensiva de las noticias se ha hecho poco, tal vez porque somos

un pueblo poco afecto a los archivos, a los ficheros, a la documentación y al trabajo silencioso y paciente de los días sin gloria. Así ocurre que en muchas ocasiones la noticia nos coge de improviso: no sabemos valorarla ni insertarla en el proceso a que corresponde. La preocupación por la urgencia ha sido un tópico que ha pesado sobre el ejercicio informativo de todo el mundo durante muchos años. Pero hoy no es válido este razonamiento, o, al menos, no lo es en la misma proporción en que lo era hace algún tiempo. Bajo la restallante mutación de los sucesos hay cosas constantes, más lentas, a las que no puede llegarse por intuición, sino después de un trabajo incómodo y largo.

El mundo es muy pequeño. No basta para su interpretación el conocimiento del entorno inmediato a nosotros, porque este entorno es diminuto e incompleto, y porque la razón de su entidad está muchas veces lejos de nuestra situación física. Cuando el universo terminaba donde terminaba nuestra casa o nuestra aldea, bastaba una documentación mínima para subsistir con garantías. Hoy no ocurren así las cosas. Un cultivador alemán de patatas recibe por teletipo en su huerta las cotizaciones de la hortaliza en todos los mercados europeos, y sabe, casi cada minuto, las aventuras que acaecen a su mercancía. Si no lo sabe se hunde. Ya no hay problemas pequeños y personales; todo es universal.

Es por eso que nuestros sistemas de información y comunicación deben ser más perfectos. Técnicamente, aprovechando los nuevos hallazgos relativos a la transmisión de noticias y a su adquisición; y profesionalmente, abriendo cauces generosos a los hombres que demuestren capacidad y vo-

cación al servicio de la información pública, que ya no es una especialidad concreta, sino un ejercicio verdaderamente humanista, al que deben acceder expertos en todas las cuestiones que atañen al hombre, desde la cultura física hasta la arqueología.

Los medios de información españoles deben, pues, ampliarse y perfeccionarse. Hasta llegar al grado de sutileza y profundidad que nuestra sociedad, en crecimiento, necesita, para que no quede un solo aspecto de la realidad humana por desvelar y por conocer. De esto depende, en una altísima proporción, el éxito de las tareas que tenemos propuestas, y a las que no podemos renunciar en ningún caso.

Pero no se trata solamente de esto. Una utilización perfecta y completa de los medios materiales de información sería insuficiente si a ella no se uniese una deontología actual del ejercicio. La moral, que no es una cosa meramente especulativa, sino una cosa práctica, una norma y "arte de vivir", ha de operar sobre la movediza realidad de cada día. Está emplazada, en cierto modo, por las contingencias del tiempo y del espacio, aunque responda permanentemente a valores absolutos. Parece necesario—y esto no sólo en España, sino en todas partes—el cuidar la pulcritud y el nivel ético del juego informativo, de tanta trascendencia para la sociedad entera, y muy especialmente para aquellos sectores que ascienden social y económicamente, a la vez que acceden a más elevados ámbitos de cultura. La información tiene aquí importante misión social y ha de ajustar para ello no sólo las técnicas de comunicación, sino también los registros espirituales de tan importante tarea al servicio de la verdad y de la justicia.

CONDICIONES DE LA INFORMACION

Junto a las condiciones técnicas, que garantizan el aspecto puramente instrumental de la tarea informativa, la información debe reunir, para ser precisa y aceptable, una serie de condiciones objetivas, de índole moral, sin las cuales no es posible que a la eficacia se unan el rigor ideológico y la claridad de propósitos.

Es nuestro tiempo, por desgracia, propenso a la difusión de los valores más falsos, en perjuicio de los auténticos, la propaganda política, como la propaganda comercial, son armas de dos filos, que, utilizadas con talento y discreción sirven, efectivamente, a la multitud, la informan, la aleccionan de manera positiva y le facilitan la comprensión de problemas—universales o domésticos—que de otra manera no comprendería fácilmente. Pero si estos instrumentos publicitarios, propagandísticos, son utilizados de una forma masiva y poco inteligente, el efecto que producen es precisamente el opuesto al que pretendían. La propaganda sin pulso llega a provocar un cortacircuito en el interés y la atención populares.

Y es que de lo que se trata es de ejercer una

labor **informativa** seria, completa y bien concebida, y no de llevar a cabo una labor **propagandística.** La diferencia entre una cosa y otra —aunque a menudo sean confundidas— es gigantesca. La información tiene por condiciones esenciales las siguientes: garantía de las fuentes, dignidad en la expresión, respeto absoluto a la verdad, a la justicia y a la honradez; sentido actual y vivo de los temas, agilidad y expansibilidad, amenidad y constancia. Fíjense ustedes en esto: la propaganda—al menos en cierta forma tendenciosa— puede llegar a los extremos opuestos: ni se eligen las fuentes—que ya están preestablecidas—, ni se expresa de una manera digna y sobria, sino polémica o violenta; ni considera la verdad o la justicia como cosas objetivas a las que hay que acercarse, sino como cosas que pueden ser artificial y fraudulentamente construidas a través de un verdadero arte de la falsificación y de la apariencia engañosa. Que en los países comunistas ha llegado a grados de perfección alucinantes.

Conviene, sin embargo, que dejemos claro un principio: la información tiene una finalidad muy compleja y amplia, que no termina en el instante en que las cosas, los sucesos, los hechos "noticiables" llegan a conocimiento de una amplia masa popular. Esta sería, si ustedes quieren, una finalidad inmediata y secundaria. La información tendría otra finalidad, mediata y primaria, mucho más importante que la anterior. Se informa para algo. Hay una intención grave en las iniciativas informativas. Se informa, esencialmente, **para ofrecer al pueblo los hilos de la trama universal.** Un pueblo no informado cuidadosa y totalmente carece, realmente, de dimensiones democráticas. No le será posible, por muchas instituciones

representativas que se le ofrezcan, ejercer su derecho a la gestión pública si no sabe antes sobre qué hechos de la vida comunitaria debe incidir esta gestión. Su voluntad, e incluso su verdadera situación de justicia en una sociedad cualquiera, no podrán manifestarse sino en un mundo de hechos fantasmales, ideados, carentes del rigor de la realidad y, por ende, falsos. Y su labor política será nula.

La información, pues, no tiene en sí misma su finalidad. No es sino un instrumento, por cierto elemental, de la convivencia. Es necesario que sea hábil; pero más necesario que sea sincera. Debe servir a la integración de los hombres y a su mutuo conocimiento, y no a su división y enfrentamiento. Y esto es extensible a las relaciones informativas entre las naciones. España tiene la triste experiencia de ser país poco favorecido por las instituciones informativas de otros pueblos, que son víctimas de un fraude al no ofrecérseles los datos correctos y concretos de nuestra problemática. No incurramos nosotros en ese error. Las únicas cosas que impiden de manera absoluta el ejercicio de un trabajo informativo auténtico son los prejuicios. Respecto a nosotros, el mundo está lleno de prejuicios, detrás de los cuales suele enmascararse una hostilidad política al servicio de las internacionales de la agitación y del desorden.

COMUNICACION Y DESARROLLO

El famoso economista francés Perroux afirma que "ni la multiplicación de polos de progreso técnicos o económicos, ni el establecimiento de redes de relaciones materiales entre estos puntos son suficientes para construir una sociedad económicamente progresiva. Hace falta también una transformación activa de los hombres por los hombres, es decir, el establecimiento de formas de comunicación y de transmisión de informaciones adaptadas a los sujetos en cada caso".

Estas palabras de Perroux ofrecen motivo a la meditación, aplicadas a la realidad española actual. Nos encontramos en un momento crucial de nuestra aventura histórica. Se trata ahora de proyectar a España, de manera total, hacia un futuro inmediato más abierto, rico, justo y positivo. En esta tarea, los aspectos económicos, políticos, culturales y profesionales han quedado ya suficientemente estudiados no sólo aquí, sino en todos los lugares en que la más decidida aspiración nacional encuentra cauce e impulso. Pero tratamos ahora de un problema paralelo: de la comunicación so-

cial y de las iniciativas informativas. La finalidad de este ejercicio es, como dice Perroux, la transformación de los hombres por los hombres. Y es ésta una finalidad que, en el orden temporal, debe ser alcanzada antes que ninguna otra, porque es básica y porque ha de servir como instrumento de primera magnitud al afán general de crecimiento que impregna en estos instantes la totalidad de la vida nacional.

Cualquier tarea de desarrollo social implica tres clases de impulsos: creación, difusión y transformación. Estos tres ejercicios están relacionados entre sí directamente y funcionan—deben funcionar—de manera sincrónica y perfecta. Lo que, en definitiva, aglutina estas tres actividades y las integra en un acto único de crecimiento, es la actividad informativa y la red de comunicaciones de toda índole que exige el aparato de una sociedad moderna con aspiraciones de eficacia. De lo nutrido, universal y preciso que sea este sistema de comunicaciones e informaciones depende el éxito del propósito colectivo.

Ya se ve que, con ser fundamental, la acción del Estado en esta labor general no es suficiente. En esto, como en otras muchas cosas, muy poco se puede hacer si no se cuenta con la asistencia devota de la sociedad, y especialmente de aquellos núcleos sociales que están en posesión de instrumentos adecuados y eficaces en orden a la participación en iniciativas de rango nacional. No nos referimos sólo a las empresas dedicadas a la explotación privada de los medios de información, sino a cualquier tipo de empresa o grupo social-económico que depende, en su negocio o en su vida misma, del éxito de la batalla por el desarrollo español. El estar perfectamente informado de todo cuanto

acontece en el mundo es hoy condición indispensable para andar por la vida con seguridad. Y no sólo esto, sino que también forma parte de esta seguridad el hecho de saberse atendido por los demás, es decir, saberse en una sociedad que colabora. En una sociedad bien comunicada, que ya no tiene entresijos secretos, y que reparte los conocimientos de manera justa y bien ponderada.

Especialmente, y por las dimensiones económicas que necesariamente tiene que tener cualquier intento de desarrollo en nuestro tiempo, la información y la comunicación sociales deben dedicar preferente atención a las realidades del mundo de la ciencia, de la industria y de la economía viva, y esto en un ámbito mundial.

Con esto vamos a terminar esta serie de consideraciones urgentes sobre algunos aspectos de la comunicación e información en una sociedad moderna. Se trata, glosando de nuevo la frase de Perroux que citamos al principio, de transformar a los hombres a través de ellos mismos. Es decir—y con esto intentamos una definición que muy bien pudiera resultar válida universalmente—, de servir de educadores a nuestros hermanos, tejiendo una red tupidísima de magisterio y lección constante en todas las direcciones, para la cual hace falta, es cierto, la humildad del que escucha y la prudencia y la generosidad del que explica.

INFORMACION ECONOMICA

La información objetiva es un bien social, puesto que permite a los núcleos humanos que gozan de ella tener un conocimiento exacto de la realidad que les circunda, y de la que sólo en una parcela muy pequeña pueden poseer un conocimiento directo.

Este bien social que es la información presenta en el campo económico un matiz peculiar, por la simple razón de que, bien como productor o ya simplemente como consumidor, todo hombre es sujeto activo de la economía, considerada ésta en la amplia y entera acepción que abarca el ciclo completo de producción-distribución-consumo.

La información económica se convierte, cuando reúne determinadas condiciones, en un poderoso auxiliar de la política económica, puesto que contribuye poderosamente a que la comunidad nacional —que es en realidad la encargada de resolverlos— tenga plena conciencia de los problemas que el acontecer plantea y de la actuación individual y social que es necesario adoptar ante los mismos.

Hemos dicho que la información económica, para cumplir adecuadamente sus fines, necesita llenar ciertas condiciones que brevemente vamos a intentar examinar.

En primer término, y como condición exigida a toda noticia o comentario dirigido al gran público, la información económica ha de ser veraz. El campo de la economía se ve sujeto a presiones de muy diversa índole, y de ello puede resentirse la información cuando no se realiza con absoluta e imparcial precisión. Si en todos los aspectos informativos hay que huir de la deformación que desvirtúa la realidad de los hechos, en el terreno económico tal actitud se convierte en una absoluta necesidad.

Mas para intentar servir a la verdad exponiéndola en sus justos términos, es preciso que el propio informador tenga conocimiento exacto de los problemas que expone. Por fortuna para todos, los datos que el informador puede adquirir para cumplir su misión son cada día más amplios y completos. Merced a ellos se encuentra en condiciones de desarrollar su labor sin deformaciones y también sin frivolidad.

En realidad, la información contribuye siempre a la formación de la opinión pública. Esta es su gran misión y también su gran responsabilidad.

Si todo hombre, como al principio decimos, es sujeto activo de la economía, es absolutamente necesario que todos tengan plena conciencia de los problemas económicos y se interesen por ellos, considerándolos, no como entes lejanos que apenas rozan con su vida individual, sino como aspectos que configuran todo su hacer. En este sentido, la información económica veraz, ponderada y oportuna, puede ejercer una influencia beneficiosa al

conseguir la adhesión de los grandes núcleos humanos informados a las tareas de ámbito nacional.

España se encuentra inmersa en un proceso de desarrollo económico que requiere no ya sólo el asenso, sino la colaboración de todos los españoles. Para conseguirla, la información constituye una poderosa palanca. Es necesario que esta magna y árdua operación del crecimiento económico sea divulgada en sus verdaderos términos, enumerando sus ventajas, sus dificultades, sus posibilidades y también sus limitaciones.

En realidad, nadie se siente hoy alejado de los problemas económicos, ni cree que nada influye en la solución de los mismos su propia actuación individual, pero es necesario que esa vaga idea de adhesión a las directrices económicas se convierta en una eficaz colaboración, merced a una información adecuada.

La opinión pública que debe rodear al acontecer económico y a las modificaciones que en el mismo se están operando para mejorarlo y mejorar con ello el bienestar de la comunidad nacional, puede y debe descansar en una información exacta y lo más completa posible, huyendo de particularismos, que en muchas ocasiones deforman la realidad económica que queremos presentar.

La información ha de encaminarse, sin duda, a la formación de una conciencia nacional exacta. En el terreno económico, el servicio de la verdad exige que las características del acontecer orientado al desarrollo sean perfectamente conocidas, para que del conocimiento se derive la adhesión.

Cabe decir que la mayoría de los problemas económicos alcanzan, en realidad, un ámbito muy extenso y se exige, para resolverlos, la acción de

amplísimos grupos humanos. Esto nos lleva a considerar la información económica, cuando se lleva a cabo con plena conciencia de su alcance, como un nexo sugestivo que enlaza voluntades y las dirige hacia la actuación común.

Así como en los restantes órdenes de la vida humana y de la humana convivencia, España tiene que alcanzar en los aspectos económicos unos niveles superiores a los actuales, en armonía con las exigencias de nuestra población y con las necesidades de nuestro acercamiento europeo. Estos postulados económicos, insertos en un conjunto armónico de ámbito nacional, pueden encontrar en la información un cauce vivificador, haciendo partícipe de la obra de elevación y desarrollo al conjunto de la comunidad nacional.

INFORMACION HACIA EL EXTERIOR

Llegamos ahora a un tema que completa estas notas sobre el desarrollo de los sistemas de comunicación e información sociales. El ejercicio informativo no termina en nuestro propio ámbito nacional. De ser así, nosotros seríamos productores y consumidores de noticias, y la información constituiría un mercado cerrado, que terminaría por empequeñecerse y perder vigor.

Ocurre en la sociedad de las naciones lo mismo que ocurre en la sociedad de los individuos. El que consigamos convertir el mundo en un lugar justo y coherente, positivo y pacífico, depende en gran parte de la habilidad y la honradez con que seamos capaces, por una parte, de conocer a los demás y, por otra, de darnos a conocer a ellos. Es cierto que respecto a España hay en el mundo una postura inexplicable de irritante desconocimiento, de la que nosotros no somos responsables. Y sería demasiado sencillo achacar la cosa a motivos políticos de actualidad, porque este desconocimiento malintencionado no es de ahora, sino de siempre. Parece que fuera de aquí se nos ha

juzgado casi siempre desde un afán topificador. O hemos sido la "España negra", o hemos sido la "España jacarandosa". O se nos ha considerado a los españoles como verdugos y enterradores, o como toreros y guitarristas. Por detrás de estos tópicos ha habido también, y es justo reconocerlo, un criterio más favorable, por el cual el español es por definición, un individuo caballeroso y bizarro.

Pero estos tópicos, esta intención deformadora de nuestra realidad, no son suficientes para explicar el desconocimiento ajeno. Es conveniente que reconozcamos la parte de culpa que nos corresponde. Junto a la indudable intención de los extranjeros ha habido siempre una notoria falta de interés de los españoles por darse a conocer claramente. El mundo se alimenta de informaciones o de prejuicios. Nosotros hemos dejado crecer muchos prejuicios por no haber dado información a tiempo.

Hay un amplio sistema de divulgación de las realidades españolas. La actuación personal de los españoles fuera de España, las gestiones diplomáticas, el turismo y otros medios serían parte esencial de este sistema. Pero la índole de nuestro trabajo nos limita a considerar los medios netamente informativos, que vamos a clasificar en tres grupos:

1.° Creación de órganos difusores de la realidad española.

2.° Ordenación de la actividad de los informadores extranjeros en España.

3.° Incitación a la iniciativa privada para participar en esta tarea.

Respecto al primero de estos medios, el actual ministro de Información, señor Fraga Iribarne,

ya expresó en los primeros días de su gestión su deseo de organizar una agencia informativa cuyo cometido fuese el de difundir en el mundo noticias referentes a España, objetivas y positivas. Es una iniciativa muy interesante, que nosotros apoyamos, y que quisiéramos ver pronto convertida en realidad. La creación de un organismo dedicado a estas tareas ha tenido lugar ya en otros países hace años, y funcionan, en general, con verdadera eficacia.

El segundo de los puntos señalados es singularmente interesante y ha sido también glosado por el Ministro. Existen en casi todos los países occidentales Asociaciones de periodistas extranjeros, a través de las cuales obtienen éstos personalidad suficiente ante los Gobiernos y, sobre todo, alcanzan información completa y justa en torno a los problemas que les interesan. En España se está estudiando actualmente el proyecto de crear un club para los periodistas extranjeros, que, si está bien concebido y montado con la perfección técnica necesaria, se convertirá en un instrumento importante para facilitar la difusión de los hechos españoles sin mixtificación o intención negativa. Es cierto que algunos de los corresponsales acreditados en España no son siempre objetivos, pero no es menos cierto que, en general, los profesionales honrados suponemos que son mayoría, afortunadamente, aquí y en todas partes, y sólo hace falta un impulso institucional para encauzar bien esta honestidad informativa esencial, sin la cual no es posible nada en ningún caso.

La tercera de las soluciones preconizadas más arriba es complicada, pero tal vez la más necesaria. El Estado no puede por sí solo desarrollar en toda su amplitud una gestión informativa suficien-

te. La participación social es, en esto y en todo, decisiva. Informar sobre España es, además de una cuestión de honradez, lo cual es fundamental, una oportunidad comercial. Conviene incitar a las instituciones privadas dedicadas a tareas informativas a que participen, según su criterio técnico-profesional, en esta labor de difusión, así como favorerecer a los informadores particulares españoles para que lleven su trabajo fuera de España y colaboren así en la tarea de transformar la opinión pública exterior, tantas veces engañada y maleada —desde la pintoresca extravagancia a la difamación intencionada—, de manera que se logre llevar nuestra verdadera realidad a la conciencia de las buenas gentes, que son todavía abundantes, gracias a Dios.

FORMACION Y OPINION

Se señalan, tradicionalmente, como fines fundamentales de la prensa, la información, la formación y la recreación. La primera de estas finalidades tiene por contenido la objetividad —de la que hablaremos en otro artículo— y el conocimiento completo y preciso de los hechos. La finalidad formativa, educativa, de la prensa tiene un interés especial, y vamos a intentar un análisis de sus elementos.

Hay que reconocer, en primer lugar, que la actividad formativa de la prensa ocupa hoy, en casi todo el mundo, un lugar secundario. Ha sido relegada a un segundo término por la necesidad comercial de la gran prensa, consecuencia de la monopolización de las fuentes de información y el elevado costo de los factores de la producción periodística, y por la necesidad política. La comercialidad de la prensa condiciona el ejercicio formativo. No se ofrece al público lo mejor, sino lo que tiene más rápida venta. Así, tristemente, en muchos países los periódicos sirven a la vulgaridad, cuando no a la pornografía, desvirtuando su más noble misión.

La prensa escrita ha sido, probablemente, el más poderoso instrumento de combate contra el analfabetismo. El interés por los sucesos forzó este primer paso hacia la cultura, y dio lugar, pasado el tiempo, a una ilustración periodística verdaderamente superficial —en general— y urgente, pero no por ello menos importante desde el punto de vista social. A medida que la prensa fue madurando y haciéndose más rigurosa y más técnicamente perfecta acudieron a ella, como órgano de expresión, talentos de primer orden. Durante los primeros cincuenta años del siglo XX han sido cientos los hombres ilustres de todo el mundo que han servido a una cultura selecta desde las páginas de los grandes diarios. Escritores, juristas, políticos y filósofos elevaron el tono de la prensa, constituyéndose así en maestros de un auditorio inmenso, que nunca habría podido contar con tal magisterio de otra manera.

Es cierto que una cultura popular no tiene por qué ser exquisita y capaz de todas las sutilezas de la ilustración. Pero no es menos cierto que una cultura popular auténtica, que sirva a la sociedad para entender los problemas fundamentales del mundo, debe ser humanística. En ella deben estar presentes todos los saberes, reducidos a la más simple contextura, pero no por ello adulterados o tergiversados. Instrumento principal de esta cultura pública es la prensa, y tienen obligación de acudir a ella los hombres de educación superior, capaces de servir a la difusión de los principios fundamentales de la cultura desde el urgente mensaje de las páginas impresas.

Pero no es esta finalidad educativa la que encierra únicamente la misión formativa de la prensa, sino también una finalidad moral. No sólo se trata

de expandir la cultura, sino también la honradez, el sentido ético y el respeto a los valores. Esta tarea de la prensa es muy difícil, muy sutil, muy larga. No puede conseguirse en tres ediciones, sino a través de un camino laborioso, constante, de dignidad, talento, gracia expresiva y sentido común. Dentro de esta labor de formación están el crecimiento de la conciencia social y el sentido político. Rozamos ahora un tema espinoso: la opinión pública. En efecto, parte de la misión formativa de la prensa es la creación de "estados de opinión". Es cosa que debe ser tratada con cuidado. Un "estado de opinión" se crea, en primer lugar, partiendo de la verdad. No decimos de la objetividad, porque es difícil que el hombre sea objetivo, y mucho más difícil que lo sea la prensa, a la cual llega el hecho convertido en noticia, es decir, valorado de una manera que siempre es subjetiva: faceta de la realidad captada por un registro sensitivo personal y matizada por una interpretación especial, sea o no deliberadamente intencionada. Cuando decimos que un "estado de opinión" se crea partiendo de la verdad, decimos algo más que objetividad. De lo que se trata es de tener vocación de objetividad, es decir, de ser honrados. Un "estado de opinión" se forma, pues, en primer lugar, partiendo de la honradez. La verdad es inmutable, pero cambian las cosas, y es necesario tener la serenidad suficiente como para advertir cuáles son las constantes del cambio y la ley que rige las mutaciones. Los "estados de opinión" son maneras de ver la verdad por debajo de los accidentes. No pueden —no deben, diríamos— ser creados artificialmente, porque esto supone un atentado esencial a la libertad del hombre, y, sobre todo, un atentado a la propia honradez de la prensa: algo así co-

mo la negación de sí misma. Llaman algunos especialistas a la opinión pública "el dominio, por parte de una sociedad determinada, de las ideas-clave de su tiempo y de su circunstancia física". Es decir, que crear un estado de opinión no será sino ofrecer a la sociedad los hilos de la trama histórica, para que en su urdimbre les sea fácil a los ciudadanos contemplar, en cada instante, el contraste de la verdad más profunda a través de la tempestuosa acción de los sucesos.

OPINION Y ORIENTACION

La información tiene una misión política que cumplir, y es necesario que esto quede claro, para que, ni por parte de los que consideran al ejercicio informativo como una gestión comercial cualquiera, ni por parte de los que entienden el periodismo como una actividad técnica desvinculada del resto del mundo, puedan enunciarse términos confusos o incorrectos.

La información tiene una misión política que cumplir, y tal vez sea esta su más alta misión. Porque, como hemos dicho repetidas veces, su finalidad esencial, que es mantener a la sociedad bien comunicada, y al Estado en comunicación con la sociedad, constituye un acto político, un factor de convivencia ordenada y armónica. No basta, pues, con que a través de los instrumentos informativos se tenga a la sociedad enterada de los sucesos, sino que a esta actividad primera e inmediata, sin la cual, es cierto, no sería posible ninguna otra, se añade la más seria y grave actividad de guiar y orientar el sentido de la comunidad. Y esto es hacer política auténtica, honesta y rigurosa.

Sin embargo, es conveniente discernir sobre la verdadera actividad política de la información. Encauzar la opinión pública no equivale a forzarla. No se trata de arrebatar a la sociedad sus ideas y sustituirlas por otras. Tampoco se trata de halagar la sensibilidad o la impresionabilidad del público con gestos imponentes y retóricos —en el fondo, demagógicos, y conviene, en lo que respecta a la manera de ser de los españoles, tener esto muy en cuenta—, sino de formar un cuerpo de ideas consistente, sensato y equilibrado. Se trata de armonizar y de convencer, consiguiendo estados de convicción en la sociedad, más operantes y durables que las simples y veleidosas ráfagas de sugestión. Entre guiones hicimos antes alusión a la idiosincrasia española, y vamos a extender la idea. Por razones naturales, parece que los pueblos latinos, y especialmente España, son más impresionables y menos pacientes y serenos que los anglosajones o los germánicos. Esto nos otorga, es cierto, algunas ventajas, tales como la de ver claro con rapidez en los momentos decisivos, pero también nos priva de virtudes eficaces, como son la sobriedad, la ponderación y la calma. Aquí penetran las cosas en la conciencia social con mucha rapidez, mientras que en otros sitios, la penetración es más lenta y más equilibrada. Por eso, la actividad informativa debe ser en España sensata, fría —en general, naturalmente—, y bien fundamentada, por que el español reacciona con demasiada vehemencia ante el impacto de los hechos y de las noticias, y tiende a convertir todo en suceso trascendental. Para constituir una sociedad estable es necesario informar de manera equilibrada y no transformar nunca la información en propaganda.

Hay una técnica de la anti-información, la agi-

tación, que los comunistas han perfeccionado notablemente. A través de todos los medios que nuestro tiempo pone a disposición de la sociedad, los Estados comunistas bañan a los ciudadanos en una constante impresión de hechos, fórmulas, noticias, normas, "slogans" y frases exaltadas. Cuando este ejercicio se prolonga, el Estado dispone de una multitud turbada y nesciente, incapaz de reaccionar, que vive durante algún tiempo en silencio, soportando todo en nombre de los principios con que ha sido agitada. Pero a la larga —y no muy a la larga, como nos demuestra la experiencia histórica—, esta sociedad "dotada" por la propaganda, reacciona contra la droga, rechaza la agitación y se descompone, irritada contra la esencial violación de su dignidad que ha sufrido.

Cuando se dice que la información tiene una misión política, debe entenderse en el mejor sentido de la palabra "política", que no es otra cosa sino el arte de convivir en paz y actuar en común de cara a los propósitos positivos que surgen del Estado a veces, y de la misma sociedad otras. Los órganos informativos son, así, cauces que recogen los impulsos convivenciales y los proyectan en todo el ámbito de la comunidad. Hacen de esta manera la más importante gestión política que cabe hacer, y es aquí donde la prensa, y los otros medios informativos de nuestro tiempo, alcanzan su verdadera grandeza.

La información no lleva a los fines, sino que indica los fines de la comunidad. Es un ejercicio de orientación, no de arrastre. Señala los puntos clave, los que hay que alcanzar, pero no los ocupa, ni fuerza a ocuparlos, porque todos esos son movimientos que la sociedad debe hacer por sí misma, en función dinámica de crecimiento y progreso.

La función magistral de la información queda aquí bien clara; pues equivale a la del profesor que prepara concienzuda y honradamente a su discípulo para que domine la disciplina, pero que no le sustituye a la hora decisiva, que es la hora del examen final.

FUNCION DE LA CRITICA

El conocimiento de los hechos implica una valoración instantánea de los mismos, es decir, implica una compostura crítica. Es crítico lo que está sometido a juicio y los hechos de la vida cotidiana son críticos siempre, por lo que es necesario que la prensa y los demás sistemas de información enjuicien esa cambiante realidad, ponderándola hasta dejarla limpiamente inserta en el lugar que le corresponde.

El sentido que tienen las acostumbradas secciones de la prensa moderna, de crítica teatral, cinematográfica o literaria, es el que, en realidad, tiene todo el material ofrecido a la opinión pública. Criticar es separar el grano de la paja, subrayar lo importante, matizar la información, de manera que los elementos fundamentales de ella queden exactamente delimitados. Pero criticar es, sobre todo, construir. Es función nobilísima de los órganos informativos la de construir zonas de opinión bien cimentadas, y capaces de dar razón rigurosa de los sucesos, en orden a cualquier propósito positivo. Por otra parte, la crítica equivale a una oferta de diálogo. El mundo es mucho más vario rico y plural que lo que puede reflejar una opinión rígida e inflexible. Es difícil llegar aisladamente a la verdad. La verdad es la consecuen-

cia de un conflicto de opiniones libremente expuestas, al final del cual reluce, de la misma manera que, recurriendo a un símil mecánico, el acertado tratamiento de fuerzas dispares produce como resultante una fuerza definitiva que ya está encaminada hacia donde nosotros queríamos. Tener sentido crítico es, según la expresión ya convertida en tópico, saber distinguir; y hacer que la sociedad sea capaz, precisamente, de distinguir es misión fundamental del ejercicio informativo.

Pero para ejercer la crítica de manera completa y honesta es necesario contar con tres fundamentos esenciales: conocimiento preciso y objetivo de la materia criticable, eficacia expresiva y medios técnicos adecuados. De la misma manera que no se ofrece la crítica teatral de un buen periódico a una persona que no conozca la realidad íntima del teatro, no puede concederse, con mucha más razón, la oportunidad de criticar parcelas más importantes de la vida social a una persona que no sea experta en esas cuestiones, capaz de expresarlas con seguridad y en poder de instrumentos aptos para su difusión.

Los españoles estamos bien dotados para la crítica destructiva incluso cuando la realidad a destruir nos atañe directamente. Pero, en cambio, carecemos de aptitudes naturales para aprovechar positivamente el instrumento crítico, y apoyarnos en él para construir cosas más coherentes y estables. La crítica es función que debe ser servida con serenidad y con valor, con ecuanimidad y con entereza, con prudencia y con decisión, teniendo siempre el buen cuidado de que ninguna de estas dos series de condiciones se imponga a la otra, haciéndonos caer, por una parte, en la inutilidad

ñoña, y por otra, en la temeridad peligrosa e injusta.

Por último, podríamos resumir todo lo anterior diciendo que la actividad crítica es una consecuencia de la libertad entendida en su más recto sentido. De la libertad puede hacerse mal uso por exceso, incurriendo en el desafuero o la falsedad apasionada, y por defecto, automutilándose de toda iniciativa, y prefiriendo, por imprudente prudencia, el silencio a la manifestación clara, limpia y bien fundamentada en el conocimiento de los hechos.

MISION CULTURAL DE LA PRENSA

Hemos hablado en alguna ocasión anterior de la misión formativa de la prensa. Decíamos misión formativa entendiendo el término formar en su más alto sentido, que es equivalente a "educar" Pero dentro de esta actividad formativa, que es muy difícil de desarrollar, muy sutil y muy tarda en dar resultados concretos, y por todo eso, muy importante, está la actividad puramente cultural, hablando ahora de cultura en el sentido que a todos se alcanza, es decir, como conocimiento cualificado del mundo, en sus dimensiones más delicadas, y en orden al dominio espiritual de los acontecimientos.

Que la prensa es un instrumento cultural está demostrado, concretamente en España, por la cantidad y la calidad de los hombres que la han utilizado como vehículo de su pensamiento. Ortega y Gasset, por no citar sino un ejemplo que integra a todos los posibles, publicó en folletón gran parte de sus obras más importantes. Fuera de España, y también por no buscar sino un ejemplo sintomático, Carl Schmitt, el ilustre jurista alemán, se sirvió de las galeradas para dar al público el testimonio de su sutileza. La prensa ha servido para difundir hechos científicos, artísticos y religiosos de gran rango, no sólo delicados para la

gran masa de lectores, sino, incluso, atractivamente difíciles para esa minoría selecta de lectores sapientes que tienen todos los periódicos, y que buscan en ellos, precisamente, las páginas más exquisitas.

Pero la misión cultural de la prensa no se agota en estas minorías. En todos los artículos que han precedido a éste hemos insistido en la dimensión social del periodismo, que no es un servicio para los privilegiados, sino un servicio para la comunidad, sin distinciones. Y en este orden tiene la prensa, en un momento universal que presencia el advenimiento de las multitudes a la vida activa de la sociedad, un papel trascendental que cumplir.

Nos interesa señalar un hecho indiscutible: la prensa española no ha sabido hacer honor, de manera completa, a esta misión difusora de la cultura, que la compromete. Esto se advierte, en primer lugar, en el nivel en que la prensa se desenvuelve más seguramente, en su propia medida profesional, es decir, en la información. Falta información cultural en la prensa española, aunque no falte una honrosa presencia de escritores e intelectuales de primer orden. Falta una concepción de lo cultural como materia noticiable, y esta es cosa que conviene corregir rápidamente, porque en el mundo ya no hay parcelas secretas, y los hechos de la cultura, que a menudo permanecen postergados por las agencias informativas en beneficio de los concursos de belleza, son, precisamente, los que de manera más rigurosa dan la razón exacta de los sucesos más aparentemente vulgares.

El ministro de Información manifiesta interés por este aspecto de la prensa, lo cual nos parece muy satisfactorio. Hace falta, es cierto, ordenar

técnicamente los servicios de información más a tono con esta necesidad, lo cual supone un esfuerzo notorio. Pero el caso es que estamos necesitando saber, día a día, quién escribe una buena novela en la India, quién pinta un buen cuadro en Méjico, cómo marcha la Orquesta Sinfónica de Nueva York o la compañía del teatro Bolchoi de Moscú. Necesitamos saber qué piensan los filósofos, qué cantan los poetas y qué esculpen los escultores, y esto nos es tan necesario como saber lo que ha dicho el delegado australiano en las Naciones Unidas sobre el comercio marítimo, pongamos por caso. Leemos, por ejemplo, que un niño ha cazado un cocodrilo con un tiragomas en el Nilo, pero nadie nos dice cuántos y quiénes son los aspirantes al premio Nobel de Química, y, mientras esto ocurra, no pueden hacerse pomposas declaraciones sobre la perfección alcanzada por las técnicas de la información.

Creemos que el tema es importante, y que merece la atención de quienes p u e d e n resolverlo. Pero, sobre todo, creemos que esta es una cuestión que debe empezar a resolverse en las propias redacciones de las publicaciones importantes, sin más que recurrir al buen sentido y al criterio valorativo de las cosas, que constituye la esencia del periodismo.

LA MISION RECREATIVA DE LA PRENSA

El afán de severidad lleva muchas veces al olvido de cosas que, aun siendo marginales a las grandes cuestiones humanas, constituyen por sí mismas hechos importantes y sustanciales a la hora de establecer los fundamentos de una vida social ordenada y justa. Hablando de la prensa, olvidamos así el sentido y la importancia de la tercera de sus finalidades clásicas: la diversión. Una prensa severa, rígida, adusta y magistral corre el riesgo evidente de ser pedante. Dijimos que la prensa tiene una misión formativa esencial. Pero esta misión formativa no tiene por única dimensión el adoctrinamiento sobre los problemas públicos, siendo esto fundamental, sino que también incide —debe incidir— en esa capacidad gloriosa que el hombre tiene de llenar su ocio.

En un cuaderno de la Colección "Nuevo Horizonte", sobre el tema del desarrollo social de la cultura, se decía que "el ocio del hombre ha de ser entendido como gozosa ocasión para el aprendizaje". Los medios informativos propios de la sociedad de masas han creado un difuso y enorme

criterio hedonista, brutal, de la cultura. El hombre individual, perdido como un número entre la masa, pierde su libertad, su derecho a un ocio positivo. Es justo y triste reconocer que este atentado a la libertad humana ha sido perpetrado, precisamente, por la gran prensa, y no menos justo conceder que no ha sido, en general, nuestro país el principal poseedor de una prensa semejante. Pero hoy, cuando las multitudes se han convertido en gestoras de la acción universal, esa prensa que sirve de órgano de expresión, no sólo tiene por cometido servir a la preocupación social urgente, sino también llenar la vida marginal del hombre.

La prensa tiene, pues, una labor recreativa que cumplir. Pero esto impone, naturalmente, unas normas de honestidad, decoro y talento insoslayables, so pena de que esa cultura popular de que hablábamos, se convierta en una diversión chabacana y vulgar. Esa gran masa de lectores que acude cada mañana y cada tarde a las páginas impresas tiene derecho a encontrar en ellas el suceso honradamente valorado, y también, el crucigrama, la historieta o el chiste. No es cierto que estas cosas tengan que ser necesariamente vanas. Tampoco es necesario que su expresión sea tan sutil y precisa como la que exigen los consumidores de cultura superior. Pero sí que estas manifestaciones recreativas de la prensa tengan, en primer lugar, dignidad objetiva y, en segundo lugar, gracia en la exposición. Debe haber un arte para multitudes, que forzosamente habrá de ser más sencillo y elemental que un arte para minorías, pero no por ello menos auténtico e importante.

Para que la prensa cumpla de manera total y eficaz su cometido, esta tercera dimensión, esta "finalidad sin fin", que es el recreo, la oportuni-

dad para la ocupación del tiempo de la libertad, debe estar servida con honradez, sin pedantería, tan seriamente como la crítica teatral o las crónicas de política internacional.

LIBERTAD, VERDAD E INDEPENDENCIA

El cumplimiento de una función de trascendencia social, como es la informativa, tiene su esencial exigencia en la veracidad, del mismo modo que la función judicial la tiene en la equidad, o la función del orden público en la seguridad de vidas y haciendas. Las condiciones ideales en que deba desarrollarse la información son aquellas que mejor garanticen a la sociedad el nutrir su conciencia y poder establecer sus opiniones y relaciones sobre la base de la verdad pública. La libertad informativa es, por tanto, el clima que, en principio, supone que la verdad no será amordazada, aunque ésta resulte más o menos grata o más o menos conveniente a unos u otros sectores de interés o presión que habitualmente juegan en el seno de toda sociedad.

Pero este clima no puede interpretarse, elementalmente, como fruto de la libertad de expresión formal, dentro de unas condiciones de hecho indeterminadas. Este clima sólo puede alcanzarse, en su sentido más serio, como fruto de la independencia de la función. Ante un tribunal, las garan-

tías para los litigantes no proceden tanto del hecho de que la sentencia va a ser expresada con publicidad y sin intromisiones censoras posteriores a su formulación jurídica —cosas, ambas, universalmente admitidas hasta en el convencionalismo de los tribunales partisanos—, cuanto del carácter independiente, de la soberanía de función, de los juzgadores. Algo semejante sucede con los elementos informadores y su actuación en el seno de la comunidad. El prestigio de la función viene de sus garantías de independencia, pero en este terreno dichas garantías son particularmente escasas o frágiles. El mundo informativo se halla entrelazado con un imprescindible montaje económico que le exige una dimensión empresarial. La empresa puede ser pública o privada, y la subordinación oficial o la subordinación mercantil aparecen, en una u otra fórmula, como riesgos característicos, que pueden constituir deformaciones o vicios de la función informativa. Si el primero predomina en el mundo totalitario, es evidente que el segundo matiza el panorama de la información en el mundo libre.

La comercialización y la concentración de los instrumentos informativos en muv pocas manos es una característica de nuestra época, especialmente acusada en los países de mayor desarrollo económico y de más impresionantes cifras de difusión informativa. Ello se percibe, de forma abrumadora, en la presentación, confección y fondo de los periódicos. En ellos se difumina, a simple vista, su carácter de órganos de información y reflejo de la opinión, para acusarse su perfil de medios eficaces para la consecución de beneficios económicos. Los periódicos de Roy Thomson, por ejemplo, defienden en el Sur de los Estados Unidos el mante-

nimiento de la segregación racial, mientras en el Norte la atacan enérgicamente. Ello se debe a que su objetivo es más agradar que informar a sus lectores, persiguiendo el mantenimiento de la tirada a toda costa y, con ambas cosas, la buena marcha de la correspondiente sección de publicidad. Ello está en el espíritu de la declaración de Cecil King, grande de la prensa británica, cuando dijo: "La televisión y la prensa se me presentan como los medios más fascinantes para llegar a formar una gran empresa financiera". El espíritu de empresa no nos parece ilícito en sí mismo, pero, evidentemente, plantea graves problemas para armonizar su coexistencia con una consideración de la prensa como vehículo representativo de la opinión pública o institución básica de la democracia. La independencia de la función informativa queda sospechosamente albergada bajo la capa de un grupo financiero, aunque ésto sea una realidad inevitable en una convivencia respetuosa con la iniciativa privada. Pero, por lo mismo, es inevitable un grado de desconfianza por parte de la opinión y por parte del poder público. Ambos coinciden en demandar garantías, si bien desde distintos ángulos, tendentes a salvaguardar el bien colectivo que supone la serenidad y la honradez informativa. Ello supone un control de conducta en la función informativa, distinto al control interno del interés empresarial. Una canalización del interés público proporcionada al rango de institución pública con que debe ser considerada la función informativa y su libertad e independencia, que perderían su más importante justificación, tanto si se situase ésta al mero nivel de una actividad industrial, como si se interpretase en el plano de la exclusiva subordinación administrativa. De ahí la necesidad de que el

juego de controles —normas y deberes—, capaces de salvaguardar la verdad y la independencia de la función, estén en justa proporción con el juego de derechos suficiente para hacer real un clima de libertad informativa.

POLITICA E INFORMACION

El concepto de los límites de reserva en el terreno informativo varía tanto como las distintas fórmulas y modos de control. Ello nos hace conscientes de la existencia de un grado de relativismo en la configuración de las relaciones entre la información y la política que exigen, ante todo, flexibilidad y respeto entre ambas funciones. Podemos establecer la comparación, en este terreno, entre dos democracias de habla inglesa: en Washington, con motivo de los sucesos cubanos de 1961, fueron plasmadas inmediatamente en la prensa todo género de controversias e, inclusive, las desavenencias internas del Gobierno. Sin embargo, en Gran Bretaña se mantiene todavía en secreto la historia íntima de la crisis de Suez en 1956.

De cómo es posible este grado de reserva, en aras de un interés nacional, en un país en que debemos considerar que existe libertad de prensa, nos habla, en un reciente libro, Anthony Sampson. En Gran Bretaña, todos los días un "spokesman" del Foreign Office se reúne con los corresponsales políticos de la prensa diaria. Estos reciben una in-

formación adecuada a la consideración que el tono del periódico merece a los especialistas de la política internacional. Así, habrá un buen número de noticias para el "Times" y muy pocas para el "Worker". Si un periódico no se ajusta a las sugerencias del Foreign Office y publica una información oscura y embarazosa, la cooperación entre el Foreign Office y el periódico en cuestión descenderá de nivel paulatinamente, y puede llegar a ser nula.

La licitud de un tipo de presión en este sentido es indiscutible. Porque frente a ella, la prensa no aparece como un terreno limpio e independiente, sino como un campo propicio a sufrir todo género de presiones distintas a la del interés público. Cualquier interés privado lo suficientemente fuerte tiene grandes probabilidades de ejercer una especie de censura particular sobre noticias y opiniones. Tácticas tan fáciles o poco comprometidas como la del silenciamiento pueden influir en la deformación de los hechos de forma tan importante como a través de versiones más o menos amañadas. "En este esbozo de inventario de los métodos y prácticas de la democracia liberal —escribió Salvador de Madariaga en "Anarquía o jerarquía"— no podía faltar una breve mención de cómo la prensa y sus propietarios han venido a apoderarse de una de las funciones más importantes de un Estado moderno. Evidentemente, la prensa cumple una función eminentemente política al servicio de la sociedad. No es su única función, pues desde la estimulación de demandas comerciales, la recreación y la extensión cultural a la ambientación de los deportes, una serie de cometidos muy complejos se despliegan en las páginas de los rotativos. Pero parece claro que la propia morfología del pe-

riódico nos declara la primacía de su función política, con su predominio en la pieza más noble y representativa, por su carácter anónimo, de la publicación: el artículo editorial, además de por el destaque, indesplazable en la confección, de la información directamente política.

Sería, por tanto, hipócrita que, en el cumplimiento de una función política, considerásemos lícito el juego de todo tipo de influencias o presiones económicas, profesionales o ideológicas y se vedase pudorosamente la influencia de las instituciones políticas propiamente dichas y, más aún, la de aquellas representativas del bien común nacional y de la personalidad colectiva institucionalizada. Un lazo de conexión entre la actividad política y la actividad informativa es, desde todos los puntos de vista, lícito y necesario La precisión y publicidad de sus límites contribuirá a enaltecer la función de la prensa y a perfilar más sólidamente el campo lícito de su libertad.

INFORMACION Y MOVIMIENTO NACIONAL

Ya hemos señalado en artículos anteriores cómo la función esencial de las tareas informativas, es establecer redes de comunicación completas y eficientes entre todos los estratos de la sociedad, por una parte, y entre la sociedad y el Estado, por otra. Del rigor, la amplitud y la precisión de estas redes de comunicación depende la coherencia de la comunidad, la unidad de acción en los esfuerzos de todos y la paz nacional, que está fundamentada sobre el conocimiento y el respeto mutuos.

El Movimiento Nacional, entre otras de sus dimensiones fundamentales, tiene un cometido claro en orden al establecimiento de contactos sociales y políticos. El Movimiento no es el Estado, como tal, ni tampoco la sociedad solamente. El Movimiento es, exactamente, la idea-cauce, a través de la cual, impregnado el ámbito nacional de su espíritu, la realidad social llega a los órganos de decisión —primera gestión—, las decisiones estatales se justifican ante el pueblo —segunda gestión—, y ambas cosas adquieren valor político de primer rango.

No es el Movimiento un cuadro de dogmas po-

líticos fijos, sino, precisamente, todo lo contrario, es decir, un sistema flexible de armonización social, que suscita las ideas nacionales o las recoge y las lanza luego, integradas en la voluntad de acción de todo el país, valoradas y dispuestas para su limpio uso y para su eficaz interpretación. Movimiento implica dinamismo, no dogmatismo. Significa transformación y realización, no endurecimiento. Equivale a comunicación abierta, no a consignismo forzoso.

Hemos dicho que la política no es sino el arte de poner en comunicación al pueblo con el Gobierno, y al Gobierno con el pueblo, y, además, de suscitar el conocimiento, por parte del propio pueblo, de sus exactas dimensiones físicas y espirituales. Esto, que es hacer política en serio y en grande, constituye el cometido y la vocación del Movimiento. Pero aún hay otra cosa, más sutil y más importante. El Movimiento no es una especie de intermediario —en el sentido técnico de la palabra— que transmite cosas de un lado a otro, sin más. Su función es más delicada y más noble, y consiste en valorar esas cosas, en dotarlas de sentido, en insertarlas en el orden espiritual, nacional y social de la comunidad española, en señalar su razón, en impulsarlas graciosamente hacia la conciencia del país, para que formen parte esencial del mismo.

Advertimos en seguida que todas estas son cosas que tienen que ver con la información pura. El Movimiento es un vocero de ideas, y a esta condición sirve, no sólo con su sinceridad y su buen sentido, sino también con medios instrumentales netamente informativos, que sirven de vehículo al espíritu de convivencia en cada momento de nuestro transcurrir histórico. Es significativa una frase del Jefe del Estado, en la que dice que: "El Movi-

miento no vino solamente a romper el dogal que nos asfixiaba; vino también a constituir, a crear una patria mejor, **a demostrar que los hijos de España estaban en la misma forma y tenían los mismos arrestos que aquellos que un día habían asombrado al mundo".** Hemos subrayado esas palabras, porque en ellas hay un concepto del Movimiento que corresponde a nuestro trabajo. Efectivamente, el Movimiento nació para mostrar y demostrar cosas, para informar a España de cosas, para proclamar cosas, para comunicar cosas, para dar voz a todo ese complejo de ideas nacionales silenciadas largo tiempo, de las cuales nuestro pueblo quería, con hambre, oír hablar claramente.

INDICE

COLECCION "NUEVO HORIZONTE"

TITULOS PUBLICADOS

	Pesetas.
SERIE EDITORIAL	
Nuevo horizonte de vida española	20,—
La transformación agraria	20,—
El campo andaluz	10,—
Desarrollo armónico en zonas de expansión agraria ...	20,—
Franco ante el nuevo horizonte	20,—
Desarrollo regional de España	20,—
Hacia nuevas estructuras comerciales	20,—
Expansión necesaria del comercio exterior	25,—
Ante el Mercado Común Europeo	20,—
Planificación del desarrollo económico	25,—
Nueva ordenación bancaria	20,—
La nueva Ley de Ordenación del Crédito y la Banca ...	25,—
José Antonio en el nuevo horizonte	15,—
El mensaje de José Antonio	20,—
Panorama de la educación española	20,—
La Formación Profesional y la nueva sociedad	15,—
Desarrollo social de la cultura	20,—
Rumbos de la empresa nacional	20,—
Caminos de superación social	20,—
El pueblo español	20,—
Veinticinco años abiertos al futuro	15,—
Perfeccionamiento de la función representativa	20,—
Racionalización económica	25,—
Aspectos humanos y sociales de la emigración	20,—
Mentalidad productiva y conciencia social	20,—
La educación y la nueva sociedad	25,—
El nuevo horizonte íbero-americano	25,—
La forja del futuro	25,—
SERIE «FORO DE IDEAS»	
La Provincia y el Gobernador Civil, por José María del Moral	20,—
Pueblo y Estado, por Jesús Fueyo	25,—
La tradición en José Antonio y el sindicalismo en Mella, por José María Codón	30,—

COMUNICACION Y SOCIEDAD

Pocos temas tan del día y tan interesantes como el que trata del desarrollo de la información en nuestro país, y del papel que a los sistemas de comunicación social cumple desempeñar en el mundo actual. Se trata, en primer lugar, de un asunto que, por la particular circunstancia española de estos momentos, implica una muy amplia red de problemas y soluciones que atañen directamente al bien de la comunidad. Y se trata, en segundo lugar, de una cuestión entre las más vitales de la sociedad contemporánea.

El mundo se ha empequeñecido y han desaparecido de él las parcelas secretas. El advenimiento de las multitudes a la vida política activa ha forzado el desarrollo de los sistemas informativos. Y en este proceso, que tal vez sea el más interesante desde el punto de vista sociológico de todos cuantos tienen lugar en nuestros días, está la clave y el modo de la verdadera democracia, que, evidentemente, no puede darse sino en una sociedad sin entresijos, que pone al alcance de todos los ciudadanos el conocimiento de los sucesos.

Este cuaderno de la colección «Nuevo Horizonte», siguiendo la línea de apertura y rigor que se propuso desde su primer título, pretende pulsar las realidades de la información y la comunicación sociales, en orden a las ideas expuestas en este breve texto, pensando, fundamentalmente, en España, pero también en las dimensiones universales del problema, que hoy preocupa a todos los hombres de buen sentido, y que compromete en buena proporción el futuro de la vida humana.

25 ptas.